



SESIÓN DE APRENDIZAJE N° 7

TEMA:	Realizamos la Validación de la Solución y Ajuste del PMV con Clientes		
I. DATOS GENERALES	HABILIDAD DE EMPRENDIMIENTO		
ÁREA	Educación para el trabajo	ESPECIALIDAD	Confecciones industriales
DOCENTE	Jhoanna Rodriguez Villegas	GRADO Y SECC.	2ºB
MODULO	Diseño y elaboración de prendas básicas en tejido de punto.	FECHA:	25/09
UNIDAD	Preparamos, creamos y planificamos acciones para el diseño y confección de pijama de dos piezas o enterizo	HORAS	03

II. PROPÓSITOS DE LA SESIÓN

Validar que el PMV resuelve el problema del cliente y ajustar la propuesta de valor según la retroalimentación enfocado en la Red de Emprendimientos Escolares.

III. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Contrasta los resultados del experimento del PMV para perfeccionar la propuesta de valor.

IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJES

- Expone su reporte de validación de la propuesta de valor y versión optimizada del PMV.

V. SITUACION SIGNIFICATIVA

Los equipos de la Red de Emprendimientos Escolares Productivos están preparando pijamas de dos piezas o enterizos para ofrecerlos a posibles clientes. Aunque consideran que su diseño es atractivo, cómodo y accesible, todavía no saben si las personas comprarían el producto, qué características valoran más ni si el precio propuesto se ajusta a sus posibilidades. Para evitar producir en cantidad sin conocer la demanda, necesitan probar un PMV —por ejemplo, un prototipo, una muestra de tela, un diseño o una ficha de producto— y recoger comentarios reales. También deben considerar los costos de tela, hilo, elástico, mano de obra, acabados y empaque para no fijar un precio que genere pérdidas.

Retó: ¿Cómo podemos comprobar, con evidencias y sin gastar recursos innecesariamente, que nuestra pijama responde a las necesidades del cliente y qué cambios debemos realizar antes de producirla?

Fase (temporalidad)	Actividad del docente	Actividad del estudiante
INICIO	• Presenta una muestra, fotografía o boceto de la pijama y desarrolla la dinámica “Cliente misterioso”. • Recupera saberes previos sobre PMV, propuesta de valor, clientes y costos; comunica propósito, criterios y evidencias. • Preguntas para promover creatividad y pensamiento crítico: 1. ¿Qué cambio creativo haría que este pijama destaque sin elevar demasiado su costo? 2. ¿Qué evidencias necesitamos para afirmar que el producto responde a lo que busca el cliente?	• Observan el producto e identifican la necesidad que busca resolver. • Comparten experiencias de compra y proponen qué información necesitan conocer de los clientes.
DESARROLLO	• Explica que validar significa comprobar una hipótesis y no solo pedir aprobación. • Modela preguntas abiertas y neutrales; orienta la definición del cliente potencial, hipótesis y ficha de registro. • Preguntas: 1. ¿Cómo podríamos presentar el PMV para obtener opiniones sinceras y útiles? 2. ¿Qué pregunta podría inducir al cliente a responder lo que queremos escuchar?	• Definen el cliente potencial y una hipótesis verificable sobre diseño, comodidad, talla, material o precio. • Preparan una ficha de entrevista y distribuyen roles en el equipo.
	• Organiza entrevistas o simulaciones de prueba; observa el uso de preguntas neutrales.	• Presentan el PMV y recogen comentarios de clientes

	• Recuerda registrar respuestas fielmente y solicitar permiso para recoger opiniones o imágenes. • Preguntas: 1. ¿Cómo podemos probar comodidad, diseño o precio sin confeccionar muchas unidades? 2. Si una opinión contradice nuestra idea inicial, ¿cómo decidiremos si debemos investigarla más?	potenciales o compañeros en una simulación. • Registran respuestas sin discutir ni justificar inmediatamente el diseño; distinguen datos reales de supuestos.
	• Orienta la clasificación de hallazgos en fortalezas, dificultades y sugerencias. • Guía la comparación entre hipótesis y resultados y la priorización según beneficio, costo, tiempo y viabilidad. • Preguntas: 1. ¿Qué mejora beneficiaría más al cliente con los recursos disponibles y por qué? 2. ¿Qué haríamos si la característica solicitada aumenta el costo y vuelve poco accesible el precio?	• Agrupan comentarios, identifican patrones y redactan conclusiones. • Priorizan uno o dos cambios y actualizan el boceto, ficha o plan del PMV, considerando el efecto en costos y precio.
CIERRE	• Facilita la presentación de los reportes y aplica la lista de cotejo. • Brinda retroalimentación concreta y orienta la reflexión individual. • Preguntas: 1. ¿Qué nueva prueba comprobaría que el ajuste mejora el producto? 2. ¿Qué riesgo tiene producir sin atender los resultados y cómo podemos reducirlo?	• Exponen hipótesis, método, hallazgos, ajuste elegido y justificación. • Escuchan recomendaciones, realizan una mejora final y completan su autoevaluación.
VI. INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	-LISTA DE COTEJO	
VII. MATERIALES Y/O RECURSOS:		
• Prototipo, muestra de tela, boceto, fotografía o ficha del producto (PMV). • Ficha de entrevista/validación, papelotes, notas adhesivas, lapiceros y lista de cotejo.		

Mg. Jhoanna Rodriguez Villegas
Docente responsable

VII. INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN:

LISTA DE COTEJO – INDICADORES

INDICADORES OBSERVABLES	SÍ	NO	OBSERVACIONES
Define una hipótesis clara sobre la necesidad del cliente y el valor del PMV.			
Formula preguntas neutrales para validar el producto.			
Registra las respuestas y observaciones de manera ordenada y fiel.			
Compara los resultados con la hipótesis e identifica hallazgos relevantes.			
Prioriza un ajuste considerando beneficio, costo y viabilidad técnica.			
Presenta un reporte y una versión optimizada o plan de mejora del PMV.			
Sustenta sus decisiones con evidencias y participa respetuosamente.			

EVIDENCIAS: EXPOSICIONES

